

## **Telisik Mobilisasi Massa di Bidang Ekonomi dan Sosial Politik pada *Network Society***

**Fadlan Ananda Lubis**

fadlananada@gmail.com

Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

### **Abstrak**

Banyak gerakan yang dimobilisasi bermula dari kampanye dari internet di era *network society* saat ini. Mobilisasi tersebut sukses menjaring massa, ribuan bahkan puluhan ribu orang. Bermula dari *trending topic* di berbagai situs ataupun media sosial dan tampaknya memberikan pengaruh signifikan di dunia nyata. Penulis ingin menjabarkan bagaimana sebenarnya mobilisasi dilakukan di dunia maya dan apakah dampaknya besar di dunia nyata. Tulisan ini mencoba melihat internet sebagai cara untuk memobilisasi massa, yaitu bidang sosial politik maupun bidang ekonomi. Kemudian dua bidang tersebut, dihubungkan dengan fenomena kampanye partai politik dalam memobilisasi massa. Ternyata aspek-aspek kelas sosial dan pendidikan sangat berpengaruh dalam mobilisasi massa ini. Salah satunya adalah diaplikasikannya tatanan dan kelas sosial di dunia maya sehingga akses terbesar tetap dimiliki oleh kelas tertentu. Selain itu, minimnya peran pemerintah juga menjadi penghambat terbesar untuk mewujudkan perubahan seperti yang dikampanyekan di dunia maya. Hal ini menunjukkan bahwa gerakan dunia maya juga masih terikat pada tatanan dunia nyata dengan berbagai aturannya.

**Kata kunci:** mobilisasi, kampanye online, *network Society*.

### **Abstract**

Many of the globalized movements started with campaigns from the internet in the current era of network society. The mobilization was successful in capturing the masses, thousands and even tens of thousands of people. Starting from the trending topic on various sites or social media and seems to have a significant influence in the real world. The author wants to describe how the actual mobilization is done in cyberspace and whether the impact is large in the real world. This paper tries to see the internet as a way to mobilize the masses, namely the social political and economic fields. Then the two fields are connected with the phenomenon of political party campaigns in mobilizing the masses. It turns out that aspects of social class and education are very influential in this mass mobilization. One of them is the application of social order and class in cyberspace so that the greatest access is still owned by certain classes. In addition, the minimal role of government is also the biggest obstacle to realizing change as campaigned in cyberspace. This shows that the virtual world movement is also still bound by the real world order with its various rules.

**Keyword :** mobilization, online campaigns, *network Society*

## **Pendahuluan**

Munculnya teknologi internet yang memungkinkan manusia untuk terhubung secara virtual telah melahirkan komunitas-komunitas virtual. Identitas manusia pun muncul dalam berbagai macam identitas virtual yang dianggap lebih dapat mengekspresikan dirinya dalam berkomunikasi dengan rekan virtual lainnya. Mereka yang terlibat dalam komunikasi yang diperantarai oleh medium internet ini tidak hanya didominasi oleh sekelompok orang tertentu, tetapi orang-orang yang dahulunya tidak mengenal teknologi informasi maka seringkali mereka dituntut untuk merubah diri untuk menyesuaikan dengan semakin menyebar dan meluasnya teknologi ini.

Pengguna internet atau *netizen* bebas mengakses informasi apapun yang menjadi minat dan keinginannya. Kemampuan internet menjaring banyak massa inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh berbagai pihak. Para pebisnis menggunakannya sebagai saluran promosi, kelompok sosial menjadikannya sebagai media advokasi, bahkan pemerintah turut memanfaatkannya sebagai sarana untuk menampung suara masyarakat. Kelebihan media internet yang dapat membuat setiap orang merasakan tidak adanya hambatan kelas dan geografis inilah yang dapat dimanfaatkan untuk menjaring massa sebanyak-banyaknya, baik sebagai konsumen maupun penyumbang suara.

Keberhasilan internet dalam menghimpun massa atau hanya sekedar berkampanye *online* terlihat di berbagai bidang seperti dalam bidang bisnis *traveling* ataupun dalam bidang politik. Biro-biro jasa penyedia layanan *traveling* tumbuh subur belakangan ini. Para pelaku bisnis ini umumnya digeluti oleh kalangan anak-anak muda. Dengan menggunakan internet, mereka menciptakan bisnis, bekerja sama, melakukan promosi, bahkan sampai bertransaksi melalui dunia maya. Kesuksesan bisnis *traveling* dalam menghimpun konsumen pun tidak diragukan lagi. Sama halnya dengan bidang politik, kampanye politik yang dilakukan oleh elit politik diharapkan mampu membangun komunikasi politik antara elit dan masyarakat sehingga tidak jarang internet digunakan sebagai mobilisasi massa dalam memperoleh suara pada saat pemilihan umum.

Salah satu contoh kemampuan *travel agents* mengarahkan massa ke destinasi yang masih baru adalah wisata ke Karimunjawa. Biasanya, pengunjung yang datang ke wilayah kepulauan Karimunjawa adalah orang-orang yang ingin berwisata laut seperti *snorkeling*. Sehingga para peminatnyaapun adalah orang-orang memiliki kemampuan berenang atau menyelam yang mumpuni. Tetapi, dengan kemasan yang baru, wisata Karimunjawa muncul sebagai destinasi favorit yang diserbu masyarakat. Salah satu promosi yang dilakukan untuk

menjual Karimunjawa adalah dengan mengadakan festival kembang api di akhir tahun. Jika pada umumnya di wilayah-wilayah lainnya, penyelenggaraan festival dilakukan oleh pemerintah atau masyarakat setempat, tidak demikian dengan Karimunjawa.<sup>1</sup> Para agensi perjalanan berinisiatif menggelar acara kembang api di alun-alun kota dan menjadikan *event* tersebut sebagai bagian dari rangkaian wisata di Karimunjawa. Melalui internet, *travel agent* mempromosikannya dan mampu menjaring banyak sekali massa.

Pada tahun 2011, di KMP Muria untuk menyeberang dari Jepara menuju Pulau Karimunjawa, Jawa Tengah, ada kurang lebih 200 orang penumpang lainnya yang tidak mendapat tempat duduk di dek penumpang manusia. Mereka duduk berdesakan di lantai yang tak beralas terpal. Tak lama berlayar, hujan turun dan memaksa mereka semakin berdesakan dengan penumpang lainnya yang duduk di bagian tengah. Ratusan penumpang yang terlantar di dek barang ini adalah para wisatawan yang ingin berlibur ke Karimunjawa. Rentang usia mereka cukup jauh, ada yang sudah dewasa, ada pula yang masih remaja. Satu kesamaan yang menyatukan para penumpang wisatawan ini adalah *gadget* yang tak lepas dari genggamannya. Dari kapal penyeberangan tersebut, update status dan foto-foto diupload ke dunia maya. Pada level inilah, dunia maya tampaknya telah membentuk hubungan dan komunitas baru di antara kelompok-kelompok yang berbeda.<sup>2</sup> Lain halnya dalam bidang politik keberhasilan Obama menggunakan internet untuk menggalang massa sekaligus menggalang dana sebagai bentuk partisipasi masyarakat telah menjadikannya sebagai presiden Amerika kulit hitam pertama dengan jumlah dukungan dana paling besar sepanjang sejarah.

Jika seluruh individu ini terkoneksi dengan dunia maya, tentu wajar jika dinyatakan bahwa di level individu, internet telah mampu mendominasi kehidupan masyarakat. Namun, apakah dunia virtual benar-benar dapat melewati batas-batas dan tatanan dunia nyata. Maka dari itu penulis tertarik untuk melihat bagaimana mobilisasi di dunia virtual dan mengapa kampanye atau gerakan di dunia maya belum dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap dunia realitas dunia maya.

### Landasan Teori

Basis dari *network society* adalah perkembangan ITE pada era 1980-an. Bermula dari perkembangan komputer yang kemudian mengarah kepada internet yang membuat seluruh masyarakat dunia dapat terkoneksi. Teori Ekologi Media atau seringkali disebut sebagai teori

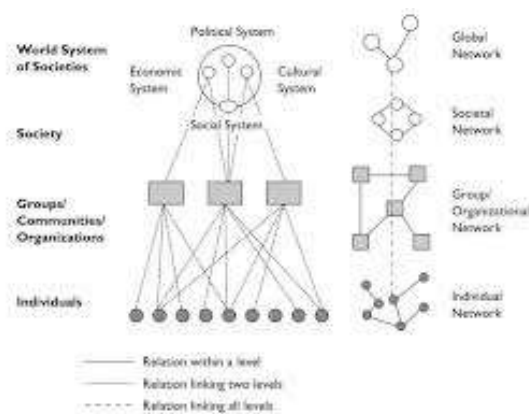
---

<sup>1</sup>Lihat <https://www.eventbrite.com/e/open-trip-karimunjawa-1-3-juni-2018-tickets-42494749941>.

<sup>2</sup>Lihat Littlejohn, S. W., & Karen, A. F. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Volume 1. California: Sage Publications.

determinasi teknologi yang disampaikan oleh McLuhan, pengaruh teknologi media terhadap masyarakat merupakan ide utama di balik teori tersebut. Media melingkupi seluruh keberadaan kita. Dalam asumsinya yang ketiga teori tersebut, McLuhan dalam West & Turner (2008) menggunakan istilah desa global (*global village*) untuk mendeskripsikan bagaimana media mengikat dunia menjadi sebuah sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar. Dampak dari desa global ini adalah kemampuan untuk menerima informasi secara langsung. Akibatnya, kita harus mulai tertarik dengan peristiwa global, dibandingkan berfokus hanya pada komunitas kita sendiri. Ia mengamati bahwa bola dunia tidak lebih dari sebuah desa dan bahwa kita harus merasa bertanggung jawab bagi orang lain. Orang lain sekarang terlibat dalam kehidupan kita, sebagaimana kita terlibat dalam kehidupan mereka, berkat media elektronik.<sup>3</sup>

Teori *network society* merupakan konsep yang diajukan Jan van Dijk. Di dalam masyarakat berjejaring, tatanan komunikasi menjadi sangat multisentris. Seperti yang terlihat dalam gambar ini<sup>4</sup>:



Gambar 1. Struktur Komunikasi dalam network Society

Keterhubungan antara individu dan kelompok dalam *network society* bersifat sangat cair di mana satu individu bisa berinteraksi dengan berbagai sumber. Masyarakat yang terhubung inilah kemudian membawa dampak besar dalam berbagai bidang kehidupan. Van Dijk (2006) memaparkan setidaknya ada enam bidang yang terpengaruh dengan sistem yang diterapkan dalam *network society* yaitu bidang ekonomi, politik dan kekuasaan, hukum, struktur sosial, budaya, dan psikologi. Di dalam *network society*, informasi menjadi pusat dari keterkaitan antara berbagai elemen dalam masyarakat. Castells dalam Littlejohn & Foss

<sup>3</sup> West, R., & Turner, R. H. (2008). Pengantar teori komunikasi, analisis dan aplikasi. Jakarta: Salemba Humanika.

<sup>4</sup> Van Dijk. Jan A.G.M. (2006). The Network Society. Social Aspects of New Media. London: SAGE .Publication.

(2009) menyebutkan bahwa pusat perubahan pentingnya informasi yang sudah terdigitalisasi sebagai penggerak utama perubahan dalam bidang ekonomi, budaya, dan sosial.

Konsep mobilisasi sering dilawankan dengan partisipasi. Masyarakat dalam mobilisasi digiring tanpa dilibatkan dalam suatu aktivitas. Aktivitas mobilisasi dimungkinkan karena adanya proses kepentingan, proses pembentukan komunitas, dan proses pemanfaatan instrumen. Mobilisasi dikelola dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk menjangkau dan mengarahkan massa. Salah satu sumber utama yang dapat menggerakkan massa adalah internet. Kekuatan internet dipergunakan oleh kelompok yang berkepentingan untuk mengarahkan masyarakat sesuai dengan kepentingan mereka.

### **Pembahasan**

Tersedianya teknologi internet di dunia ternyata memancing banyak kelompok atau individu untuk memanfaatkan fasilitas internet tersebut di dalam berbagai bidang kehidupan. Asumsi bahwa media baru seperti internet menyediakan fasilitas publikasi dan komunikasi yang jauh lebih murah dan efisien membuat orang berbondong-bondong untuk memanfaatkannya. Tulisan ini membahas dua bidang kehidupan yang sangat dekat dengan masyarakat seperti bidang ekonomi dan politik.

### **Mobilisasi Massa dalam bidang Ekonomi**

Istilah *e-commerce* sudah cukup populer di kalangan masyarakat sekarang ini. Istilah ini populer akibat adanya tren perdagangan melalui dunia maya. Tidak seperti dalam sistem ekonomi lama, barang atau jasa diproduksi terlebih dahulu, lalu ditawarkan kepada masyarakat. Dalam sistem masyarakat informasi, produsen akan memproduksi apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Barang dan jasa, tidak harus selalu *ready stock*, sehingga tidak diperlukan banyak dana sebagai modal awal. Iklim seperti inilah yang diasumsikan dapat diciptakan oleh teknologi informasi komunikasi untuk meningkatkan kewirausahaan. Asumsi bahwa bisnis berbasis internet sangat menguntungkan karena tidak perlu memiliki modal yang besar banyak menarik perhatian masyarakat.

Para *travel agent* ini memanfaatkan internet sebagai saluran komunikasi dan promosi mereka karena alasan masyarakat Indonesia sudah melek internet dan merupakan peringkat sepuluh tertinggi pengguna aktif sosial media di seluruh dunia sehingga lebih baik memasarkan produk mereka di media sosial. Banyak masyarakat memilih jasa *travel agent* agar agar tidak direpotkan oleh berbagai pencarian informasi mengenai banyak hal, seperti tiket kapal dan penginapan. Dari sini dapat kita lihat kepemilikan material tidak lagi mendominasi tatanan perekonomian di era informasi. Namun, fenomena ini juga tidak berarti bahwa internet telah mengubah seluruh aspek perdagangan di Indonesia. Sebagaimana

dikatakan van Dijk, selalu ada ketidaksetaraan di dalam social network, dalam kondisi yang terburuk, kesenjangan digital (akses fisik, keterampilan, dan penggunaan) bahkan akan mengakibatkan kesenjangan struktural.<sup>5</sup> Pemodal dari bisnis *e-commerce* adalah kelompok masyarakat yang menguasai teknologi digital, terpelajar, memiliki jaringan yang kuat, dan kemampuan manajerial yang baik. Pemilik aset fisik seperti masyarakat daerah lokasi wisata justru berpindah tempat dari produsen ke konsumen.

Hal tersebut menunjukkan peran untuk memobilisasi massa di era *network society* tidak lagi bertumpu pada negara. Muncul aktor-aktor ekonomi yang memiliki kekuatan informasi dan media akan tetapi sebenarnya hal ini juga tidak luput dari peran pemerintah. Keterlibatan media massa konvensional melalui berbagai acara bertema pariwisata juga memberi dampak yang signifikan dan munculnya kebijakan pemerintah, berubahnya tren acara televisi, dan pembahasan-pembahasan yang sering naik di sosial media.

Salah satu proses yang memungkinkan mobilisasi massa dapat terjadi adalah pembentukan komunitas. Seperti pembentukan komunitas *traveller* yang juga turut juga menggiring massa untuk juga melakukan aktivitas yang sama. Dan pada akhirnya, Massa yang digiring oleh tren *travelling*, mendefinisikan dirinya sebagai *traveller*, merujuk pada situs-situs atau sosial media yang menyediakan jasa agensi perjalanan.

### **Mobilisasi Massa dalam Bidang Sosial Politik**

Mobilisasi massa di era *network society* tidak hanya eksis di dalam bidang perekonomian tapi juga di bidang sosial politik. Mobilisasi massa di berbagai gerakan sosial yang mengkritisi suatu keadaan atau kebijakan telah membuktikan adanya komunitas di ruang maya ini. Aksi turun ke jalan, mengumpulkan dana dan sebagainya adalah bentuk nyata dari komunitas ini. Selain situs pertemanan, ada beberapa situs yang khusus dibuat untuk aksi sosial di dunia nyata seperti situs <http://www.thepetitionsite.com> yang merupakan salah satu contoh website yang aktif dan secara konsisten meminta orang-orang untuk menandatangani petisi yang telah disusun. Salah satu kata kunci dari teori *network society* yang harus selalu dirujuk adalah akses. Dalam kasus website petisi di atas walaupun publik memiliki kesempatan untuk membuat petisi, namun pengelola website tetap menjadi faktor utama, apakah petisi tersebut dapat di-publish atau tidak.

Di era *network society*, tentu kita dapat menyilang saluran yang kita inginkan, karena tersedianya saluran lebih dari ratusan bahkan ribuan. Pada akhirnya, walau kelihatan sangat multplatform, penggunaan dunia maya dalam bidang sosial politik masih mengacu pada apa

---

<sup>5</sup> Lihat Van Dijk. Jan A.G.M. (2006). *The Network Society. Social Aspects of New Media*. London: SAGE Publication. Hal: 37.

yang terjadi di dunia nyata. Seperti yang dikatakan Van Dijk, *network* memiliki banyak pusat, namun beberapa simpul lebih penting dari yang lainnya. Pada akhirnya informasi hanya permasalahan dominasi kelas dan bersumber dari ekonomi (fiske, 1990).

### **Peran Pemerintah**

Titik utama perubahan yang terjadi dalam informasi digital sebagai penggerak utama perubahan di bidang ekonomi dan sosial politik merupakan sumbangan antara relasi *civil society* dan pemerintah. Pemerintah pun tampaknya tak mau tertinggal dari masyarakatnya. Pemerintah, mulai level nasional, kementerian, provinsi sampai kabupaten mengembangkan website-website yang memuat berbagai informasi tentang lembaga terkait. Akantetapi kita juga harus melihat fenomena *network community* yang dipergunakan pemerintah melalui LSM untuk memperkuat kerja-kerja “lembaga pengganti pemerintah” yang *network community*-nya berasal dari luar lembaga-lembaga pemerintah yang hanya dapat menyelesaikan permasalahan-permasalahan mikro. Seperti kasus Prita atau yang kita kenal dengan “koin untuk Prita” yang kasus hukumnya cenderung lambat. Gerakan-gerakan di jejaring pertemanan dapat dilakukan oleh aktor-aktor di luar LSM. Terkadang berasosiasi dengan lembaga-lembaga tertentu, namun sering juga dimobilisasi secara individual saja. Kondisi ini semakin mengisyaratkan lemahnya peran pemerintah.

### **Kesimpulan**

Penemuan-penemuan teknologi baru seperti internet dalam kehidupan manusia selalu dimungkinkan karena manusia selalu mencari cara untuk menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapinya. Perubahan budaya mempengaruhi segala aspek kehidupan manusia termasuk pula di dalamnya bagaimana cara manusia berkomunikasi dan sejarah komunikasi manusia selalu terkait erat dengan ditemukannya teknologi yang akhirnya merubah cara dan bentuk manusia berkomunikasi. Berawal dari perubahan budaya kemudian perubahan sejajar dirasakan manusia dalam bidang ekonomi dan sosial politik.

Keberhasilan mobilisasi massa di bidang ekonomi masih jauh dari kondisi ideal. Dapat kita lihat penguasaan informasi bertumpu pada kelas menengah yang terdidik, akibatnya kesejahteraan masyarakat kelas bawah tidak tersentuh sama sekali ditambah dengan peran pemerintah melalui kebijakan dan pembangunan infrastruktur yang masih sangat minim. Pada bidang sosial politik, munculnya metode baru dalam berkampanye atau sosialisasi melalui dunia maya memunculkan perubahan. Melalui petisi masyarakat dapat

menyuarakan atau bahkan mendorong suatu kebijakan dengan mengajukan sejumlah tanda tangan yang disetujui oleh sebagian besar masyarakat.

Kelemahan *network society* terlihat dari kurang meratanya tingkat ekonomi dan pendidikan seseorang dengan kata lain tidak semua orang memiliki akses untuk mengajukan sebuah petisi atau kampanye dan memiliki pengetahuan dalam bidang teknologi informasi. Permasalahan kesenjangan digital ada di dua level, yaitu kelompok masyarakat yang memang tidak dapat mengakses internet dan kelompok masyarakat yang hanya bertindak sebagai pengikut. Pada akhirnya mobilisasi massa melalui internet hanya untuk dimanfaatkan oleh sekelompok orang yang mengetahui hasil dari kampanye yang dia ikuti sedangkan ada sebagian orang yang hanya ikut menandatangani petisi tanpa tau untuk apa petisi itu dibuat. Peran pemerintah dalam merespon keluhan, protes, tanggapan, dan usulan terhadap suatu kondisi atau kebijakan cenderung berlawanan.

### Daftar Referensi

- Dwina, Ressi. (2013). *Mobilisasi Massa dalam Era Network Society*. Vol. 16. No.3. Jurnal Pekommas: Fisipol UGM.
- Herawati, Erni. (2011). *Komunikasi dalam Era Teknologi Komunikasi Informasi*. Vol. 2. No.1. Jurnal Humaniora: Universitas Bina Nusantara.
- Littlejohn, S. W., & Karen, A. F. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Vol. 1. California: Sage Publications.
- Van Dijk. Jan A.G.M. (2006). *The Network Society. Social Aspects of New Media*. London: SAGE .Publication.
- Verba, S., Schlozman, K. L, & Brady, H. E. (2002). *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. United States: President and Fellows of Harvard College.
- West, R., & Turner, R. H. (2008). *Pengantar teori komunikasi, analisis dan aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

### Sumber Lain:

- Eventrite.com .(2018). <https://www.eventbrite.com/e/open-trip-karimunjawa-1-3-juni-2018-tickets-42494749941>. Diakses pada 28 Mei 2018. Pukul 22:00 WIB.